

المحل التجاري

ظهرت لأول مرة فكرة المحل التجاري في القانون الفرنسي في ٢٨ / ٢ / ١٨٧٢م حيث اعترف هذا القانون لأول مرة بفكرة المحل التجاري وذلك بالمواد من ٧-٩ ، ولكنها كانت فكرة ضيقة جداً حيث لا تتعدى مجموعة من العناصر المشكلة للمحل التجاري أو بعبارة أخرى المستخدمة في الاستغلال التجاري وفرض رسوم وحقوق الانتقال وهذا لفائدة الخزينة العمومية ، ثم عرفت هذه الفكرة تطوراً أكثر وضوحاً بمقتضى القانون الذي اقترحه الفرنسي () الذي كان نائباً عن مقاطعة بيرث ، فلقد أراد هذا النائب أن يخدم التجار الذين يشكلون قاعدته الانتخابية ولهم قاعدة كبيرة ولهم أغلبية فيها .

وقد اعترف هذا القانون للتجار أن يبرموا رهوناً على محلاتهم التجارية كضمان للالتزام دون أن تنتقل هذه المحلات من حياتهم وهذا بمقتضى القانون الصادر في ١ مارس ١٨٨٨م والذي ألغى بالقانون الصادر في ١٧ مارس ١٩٠٧م الذي نظم رهن وبيع المحلات التجارية .

وبالنظر إلى المنظم السعودي فلم يتعرض لفكرة المحل التجاري وإن كان قد نظم أحد عناصره المعنوية وهي العلامة التجارية وأسماها العلامات الفارقة .

تعريف المحل التجاري :

هو مال منقول معنوي ، يستعمله التاجر لغرض نشاطه التجاري .

أو هو : المكان الذي يباشر فيه التاجر نشاطه التجاري بما يحتويه من أدوات وآلات ومهمات يستخدمها التاجر في محله التجاري ، والسلع التي يتعامل فيها مع عملائه إضافة إلى العلامات التي يستخدمها في محله التجاري .

كالاسم التجاري ، العنوان التجاري ، الاتصال بالعملاء ، الشهرة التجارية .

عناصر المحل التجاري :

هي العناصر التي يتكون منها المحل التجاري ، التي لا يمكن أن يتكون المحل التجاري إلا بوجودها .

المحل التجاري ملكية غير مادية وقيمة متعلقة بالزبائن المتعاملين معهم والمرتبطين به بناء على الميزات الشخصية للتاجر وبغناصر أخرى ليست لها

علاقة بشخصية التاجر وقد تكون متعلقة بمكان المحل التجاري خاصة إذا كان البيع بالتجزئة أو بعنوان المحل الذي يشتد إليه الجمهور وكذلك بكميات المعدات المستعملة .

تنقسم عناصر المحل التجاري إلى قسمين :

عناصر معنوية ، وعناصر مادية

أولاً : العناصر المعنوية :

هي تلك الأموال المنقولة المعنوية المستعملة من أجل استغلال المحل التجاري .

مثل عنصر العملاء ، الحق في الإيجار ، العنوان التجاري ، الاسم التجاري ، الشهرة التجارية .

وتختلف أهمية هذه العناصر المعنوية بحسب نوع النشاط التجاري .

وبالنظر إلى هذه العناصر يمكن تقسيمها إلى قسمين :

عناصر معنوية عادية ، وعناصر معنوية غير عادية :

١- عناصر معنوية عادية : وهي تلك العناصر المنقولة المعنوية المستعملة لاستغلال المحل التجاري والموجودة تقريباً في كافة المحلات التجارية ويمكن تقسيمها إلى قسمين عناصر معنوية عادية إجبارية ، عناصر معنوية عادية غير إجبارية :

أ - عناصر معنوية عادية إجبارية : أي التي لا يمكن الاستغناء عنها وهي :

الشهرة التجارية ، وعملاء المحل .

من شراح القانون من قال أنها مرادفة لعنصر عملاء المحل ، بل هما مترادفان

معناهما واحد ، ومنهم من فرق بينهما على النحو التالي :

الشهرة التجارية :

إن الشهرة التجارية مجموعة الأشخاص الذين يجذبهم المحل التجاري نظراً

لموقعه ، ويقصد هنا الزبائن العرضية أو الزبائن العابرين فالشهرة التجارية ملتصقة بالمحل التجاري وليست بشخص التاجر .

عملاء المحل :

وهم الأشخاص الذين يعتادون التعامل مع محل تجاري معين فهم زبائن ثابتين نظراً لعوامل عديدة منها : امتيازات التاجر الشخصية ، صفاته الذاتية ، كفاءته ، حسن استقباله للزبائن ، المعاملة الإنسانية للعملاء .

ب - عناصر مغنوية عادية غير إجبارية :

موجودة في جميع المحلات التجارية بالرغم أن الشراح لا يعتبرونها إجبارية وتكتسب طابعاً جوهرياً ولكن من الخطاء الاعتقاد بأن على التاجر أن يكون محله دائماً مشتملاً عليها أو يتوقف نشاطه عليها.

الحق في الإيجار : يعد هذا الحق في بعض الأحيان من أهم عناصر المحل التجاري عندما يستغل التاجر نشاطه التجاري في عقار مستأجر من الغير ، هذا الحق مخول للتاجر عندما يكون مستأجراً للعقار الذي يمارس فيه نشاطه التجاري بمدة معينة إذا انتهت مدة الإيجار فله الحق في تجديده .

والحق من عناصر المحل التجاري فإذا رفض المالك بغير عذر قانوني فيكون ملتزماً بتعويض المستأجر ويشمل ما لحقة من خسارة وتكلفة النقل والقيمة الايجابية لهذا المكان بقيمة مماثلة .

والأعذار مثل عقار آيل للسقوط.

وشروط الإيجار:

- أن يكون هناك عقد وارد على عقار
- وأن يكون مكتوباً لمدة لا تقل عن سنتين
- والغرض من هذا العقد ممارسة نشاط تجاري.

الاسم التجاري :

هو الاسم الذي يستعمله التاجر ليميز محله التجاري ويلزم به العملاء ، وهو من عناصر المحل التجاري ويوضع في واجهة المحل وعلى رأس الفواتير والإعلانات والرسائل والدعاية وهذا الاسم يختلف عن الاسم المدني على النحو التالي :

الاسم المدني : من الحقوق الشخصية فلا يجوز التنازل عنه أو التصرف فيه بخلاف الاسم التجاري، ولا يدخل الاسم المدني في الذمة المالية .

الاسم والتجاري : يتمتع بالقيمة المالية يجوز التصرف فيه ولا يعتبر لصيق للشخصية ويرد عليه التقادم المسقط للحق .

العناصر المغنوية الاستثنائية :

هذه العناصر قد توجد والأصل إلا توجد ووجودها استثناء مثل براءة الاختراع ، علامات المصنع الرموز والنماذج الصناعية.

ثانياً: العناصر المادية :

المعدات والآلات المستخدمة لاستغلال المحل التجاري مثل أدوات الوزن والكيل والمقاس والآلات الكاتبة والكمبيوتر والخزينة والرفوف والبضاعة.

لصاحب المحل التجاري الحرية في إدراجها ضمن المحل التجاري وقد تكون مستقلة خارج المرهون (الأصل أن العناصر المادية ضمن الرهن أو البيع إلا بنص)

العناصر المستبعدة من المحل التجاري :

لا تدخل ضمن البيع أو الرهن وهي : الحقوق التي يتمتع بها التاجر . والالتزامات التي يتحملها ولا يمكن انتقال هذه الحقوق إلى المشتري لأنها عناصر ذات طابع شخصي لذا يجب كقاعدة عامة عدم إدخال الحقوق في المحل التجاري مثل :

- استبعاد الديون والحقوق الشخصية والذمة المالية .

- الدفاتر التجارية

- استبعاد العقارات إذا كان التاجر يمارس النشاط في عقار له فإنه لا يملك حق الإيجار .

خصائص المحل التجاري :

١- مال منقول ، والمنقول : هو ما يمكن نقله من مكان إلى آخر دون أن يتعرض للتلف .

والعقار : هو ما لا يمكن نقله من مكان إلى آخر دون أن يتعرض للتلف .

٢- له طابع تجاري يجوز بيعه أو رهنه أو تأجيره .

٣- مال معنوي .

العلامة التجارية

تعريفها : هي إشارة مميزة تبين بعض السلع والخدمات باعتبارها سلع ومنتجات أنتجها أو قدمها شخص معين أو شركة معينة .

ترجع أصل العلامة التجارية إلى قدم الزمان حيث كان الحرفيين يستنسخون توقيعاتهم على هذه المنتجات مثل حرفي الفخار ، وعلى مر الزمن تطور حتى أصبح نظاماً معمولاً به في العالم وفي النظام السعودي ويسمى (العلامة الفارقة) .

طبيعة (وظيفة) العلامة التجارية :

(١) يكفل تسجيل العلامة التجارية حماية لصاحبها ، أو لصاحبها الحماية إذ هو يضمن بالتسجيل الانتفاع بها مقابل مبلغ معين وتتفاوت مدة الحماية من بلد إلى آخر ومن علامة إلى أخرى ، والمتفق عليه أنه يمكن تجديد هذه العلامة متى انتهت مدتها ، ويمكن تجديد هذه العلامة إلى أجل غير مسمى مقابل رسوم معينة .

(٢) تساعد العلامات التجارية على النهوض بروح المبادرة والابتداع على الصعيد العالمي من خلال مكافأة أصحاب العلامات التجارية بالاعتراف بها وترتّب الفوائد المالية عليها .

(٣) - تشكل حماية العلامة التجارية حاجزاً أمام جمهور المنافسة أمام المشروع مثل التقليد .

أنواع العلامات التجارية :

قد تكون العلامة التجارية كلمة واحدة وقد تكون تركيب من كلمات وتركيب من أحرف وأرقام ، وقد تكون رسماً معيناً أو رمزاً أو إشارة مجسمة .

وعلاوة على هذه العلامات التي تميز الأصل التجاري للسلعة أو الخدمة توجد علامات أخرى هي : العلامات الجماعية التي تملكها جمعية ينتفع أعضاؤها بهذه العلامات ليميزوا أنفسهم بمستوى معين من الجودة .

كيف تسجل العلامة التجارية ؟

يجب إيداع طلب لتسجيل العلامة التجارية لدى مكتب العلاقات الوطني أو الإقليمي ويجب أن يتضمن الطلب صورة واضحة من الإشارة المودعة بما في ذلك الألوان والأشكال المجسمة ، ويحتوي الطلب على قائمة السلع أو الخدمات التي تنطبق عليها الإشارة ومن الضروري أن تتضمن الإشارة شروطاً معينة لتحظى بالحماية كعلامة تجارية ، ولا بد أن تكون العلامة التجارية مميزة حتى تمكن المستهلك من التعرف عليها كإشارة تحدد سلعة معينة وتميزها عن سائر العلامات التجارية التي تحدد سلع أخرى .

ويجب ألا تكون العلامة التجارية مضللة أو مخادعة للعملاء أو فيها مساس بالأخلاق والآداب العامة .

لا يجوز أن تكون الحقوق المطلوبة نفس الحقوق الممنوحة لصاحب علامة أخرى أو مشابهة لها ، ويمكن التحقق من ذلك بالبحث والفحص عن طريق المكتب الوطني .

نطاق حماية العلامة التجارية :

جميع بلدان العالم تسجل وتحمي العلامات التجارية ويمسك كل مكتب وطني أو إقليمي سجلاً للعلامة التجارية يتضمن معلومات وافية للطلبات

مما يسهل عليه الفحص أو الاعتراض المحتمل الصادر عن أطراف أخرى فليس من المعقول أن يقتصر التسجيل على العلامة المعينة في حالة تسجيل الإقليم .

التسجيل الدولي للعلامة التجارية يحكمه معاهدات واتفاقات دولية فيمكن للشخص الذي ينتمي إلى بلد عضو في إحدى هذه المعاهدات من خلال الجنسية أو النشأة أو الإقامة أن يحصل على تسجيل نافذ في الدول التي تنتمي إلى هذه المعاهدة .

الاسم التجاري

تعريفه : هو اصطلاح تجاري يستعمل للدلالة على أحد المضامين الثلاثة الآتية :

(١) - الشعار التجاري الذي يتخذ عنوان لسلعة معينة ذات صناعة متميزة وهذا ما يسمى (الماركة المسجلة) .

(٢) - الاسم الذي أصبح عنوانا على محل تجاري نال شهرة مع الزمن بحيث تتجسد هذه الشهرة في الاسم المعلن وقد يكون هذا الاسم هو اسم صاحب المحل وقد يكون اسماً أو وصفاً اصطلاحياً لقب به المحل التجاري وربما أطلق عليه اصطلاحاً (الشهرة التجارية) .

(٣) - الوصف الذي يتمتع به المحل التجاري بحد ذاته أي من حيث أنه موقع متميز لا من حيث الجهد الذي يبذله صاحبه أو الشهرة التي حققها ، والمضمون الثالث ليس داخلياً فيما نحن بصدد بل يدخل فيما يسمى بالخلو أو الفراغ ، وهو اصطلاح على ما يدفع من مال علاوة على قيمة العقار أو أجرته مقابل ما يمتاز به من أهمية ذاتية وموقع تجاري .

أم المضمون الأول والثاني فهما اللذان يرادان فيما نحن بصدد هما محل الدراسة .

وحق المنتج في احتكار علامة تميز منتجاته عما يشابهها في الأسواق هو الحق في العلامة التجارية والصناعية ، وحق المنتج في احتكار علامة تميز مصنعه أو متجره هو الحق في الاسم التجاري .

الطبيعة القانونية للاسم التجاري أو العلامة التجارية

(١) - الاسم التجاري يعتبر حقاً للتاجر يعطيه ميزة الاستعمال والاستثناء ول يتميز مشروعته عن غيره من بقية المشاريع ، ويمنع الآخرين من استخدام علامته التي تميز تجارته .

(٢) هذا الحق دائم لا يسقط بالتقادم ، وإذا كانت القوانين قد حددت الحماية بمدة معينة فلا مانع من تجديد مدد أخرى .

(٣) هذا الحق الدائم يرد على شيء معنوي .

(٤) هذا الحق يستند إلى العرف التجاري إذ أن التجار قد تعارفوا فيما بينهم عليه وأصبح التجار يبيعون هذا الحق ويشترونه ويتنازلون عنه لبعضهم البعض ، بل أصبح هذا الحق محلاً للرهن مع المحل التجاري .

حكم الاسم التجاري أو العلامة التجارية في الفقه الإسلامي

لبيان حكم الاسم التجاري أو العلامة التجارية في الفقه الإسلامي فإنه ينبغي إن نبين مدى اشتمال الاسم التجاري أو العلامة التجارية على عنصرين :

العنصر المعنوي الذي يتمثل في هذا الاسم التجاري أو العلامة التجارية إلى من ابتكرها أو ابتدعها .

العنصر المالي الذي يتمثل في استقلال هذا الاسم التجاري أو العلامة التجارية استقلالاً مالياً :

أولاً: مدى اشتمال الاسم التجاري أو العلامة التجارية على العنصر المعنوي

الناظر في الاسم التجاري أو العلامة التجارية يجد علاقة بين التاجر والصانع وبين الاسم التجاري أو العلامة التجارية مثل العلاقة بين المؤلف وما ألفه وكذلك الفنان وما رسمه وذلك لأمرين :

(١-) بالقياس فقد ثبت إن للمؤلف على ما ألفه حق شرعي لا يجوز إنكاره والتطاول عليه وكذلك الاسم التجاري أو العلامة التجارية حق شرعي لا يجوز التعدي عليه وإنكاره على صاحبه .

(٢) العرف التجاري قاض بنسبة الاسم التجاري أو العلامة التجارية إلى التاجر أو الصانع ، وهذا العرف لا يعارض نص من نصوص

الشرع ولا إجماع ولا قاعدة عامة ومن هنا كان ثبوت هذا الحق لصاحبه .

ثانياً : مدى اشتمال الاسم التجاري أو العلامة التجارية على العنصر المالي

لبيان الحكم الإسلامي نبين مدى اشتمال الاسم التجاري أو العلامة التجارية على قيمه مالية .

هل الاسم التجاري أو العلامة التجارية لها قيمة مالية ؟ أم لا
الواقع العملي يثبت إن الاسم التجاري أو العلامة التجارية لها قيمة مالية يتضح ذلك بان الاسم التجاري أو العلامة التجارية عنوان على السر الذي تمتاز به بضاعة معينة وهذا العنوان يعطيها مزيد من القيمة ويضمن لها مزيد من الإقبال عليها والرغبة فيها .
وبناء عليه : فان الاسم التجاري أو العلامة التجارية كناية عن قيمة مالية وداخلاً في نطاق المعاولضات المالية واثبات ذلك بالواقع العملي .

حكم استغلال الاسم التجاري أو العلامة التجارية استغلالاً مالياً

(مدى مشروعية المقابل المالي للاسم التجاري أو العلامة التجارية)
ومدى مشروعية شراء الاسم التجاري أو العلامة التجارية .
للإجابة :

يقول الفقهاء المعاصرون أن هناك طريقتين يعرفهما التجار في بيع الاسم التجاري أو العلامة التجارية :

د. علي الصياد / النقام لجاري / المحاضرة الأخيرة

حكم استغلال الاسم التجاري أو العلامة التجارية استغلالاً مالياً

(مدى مشروعية المقابل المالي للاسم التجاري أو العلامة التجارية) ومدى مشروعية شراء الاسم التجاري أو العلامة التجارية . للإجابة :

يقول الفقهاء المعاصرون أن هناك طريقتين يعرفهما التجار في بيع الاسم التجاري أو العلامة التجارية :

الطريقة الأولى :

وهذه الطريقة غالباً ما تتم بين شركة عربية وشركة غربية وليس هناك ما يمنع أن تتم بين شركتين عربيتين أو محليتين . ويتضمن عرض الشراء أن يقوم البائع صاحب العلامة التجارية بتقديم الخبرة اللازمة للمشتري حتى ينتج بضاعة عالية الجودة والأصالة التي ارتضاها الشركة صاحبة الاسم التجاري والعلامة التجارية ويضلل البائع ملتزم بتقديم هذه الخبرة اللازمة للمشتري حتى تتأكد لدى هذا الخبير عوامل الإتيقان ذاتها . وبالنظر في هذا العقد نجد أنه قد ورد في حقيقة الأمر على نقل الخبرة من البائع إلى المشتري وليس في الفقه الإسلامي ما يمنع من صحة هذا العقد بصرف النظر عن مسماه ما إذا كان بيع أو جعالة أو إجارة فكل هذا جائز .

الطريقة الثانية :

ومضمونها أن ريع الاسم التجاري والعلامة التجارية لا يتضمن التزام البائع بتقديم الخبرة اللازمة للمشتري في البضاعة وعلى الاسم التجاري والعلامة التجارية بل ولا يتضمن التزام البائع بكشف أسرار الصنعة للمشتري وأن العرض في مثل هذه الطريقة يرد على الاسم التجاري والعلامة التجارية مجرد من أي شيء ، والمشتري في هذه الطريقة يسعى فقط إلى جعل الاسم التجاري والعلامة التجارية التي اشتراها شعاراً لسلعته المشابهة ، لترويج سلعته تحت هذا الاسم دون أن يضيف إلى سلعته أي تحديث أو إتيقان .

والناظر في هذا العقد على هذه الصورة يجد أنه يتضمن أمرين أحدهما كافي للقول ببطلان هذا العقد :

الأمر الأول :

الغرر فهذا العقد يبني على غرر بالغ فيما يتعلق بعلاقة المشتري بالبائع ومن الواضح الذي سيحصل عليه المشتري من هذا العرض هو الاسم أو العلامة التجارية مجردة من أي قيمة يتكون منها هذا الشعار إذ أن الجودة مازالت باقية في جهود البائع وخبرته وأمانته في صناعته وعليه فإن هذا العقد قد أشتمل على غرر في وجود المبيع الأمر الذي يترتب عليه بطلان هذا العقد .

الأمر الثاني :

الخداع والتدليس فهذا العقد ينطوي على التدليس والخداع فيما يتعلق بالعلاقة بين المشتري وجمهور المستهلكين للسلعة المعروضة حيث أن المستهلكين سيقبلون على شراء هذه السلعة باحثين عن الجودة الوهمية التي يتمتع بها هذا الشعار أو العلامة التجارية . وبناء عليه فإن هذا العقد يتضمن ذريعة إلى التدليس والخداع في المعاولات التجارية تلك الذريعة التي يترتب عليها الضرر بالمصالح العامة وجمهور الفقهاء على تحريم تلك الذريعة وهذا ما قرره المجمع الفقهي التابع لرابطة العالم الإسلامي بجده وكذلك ما قرره المجمع الفقهي الإسلامي .

التجارة الالكترونية

مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكة كمبيوترية ومن ضمنها الانترنت وهناك عدة تعريفات لهذا المصطلح :

- ١ - فعالم الاتصالات يعرف التجارة الالكترونية : بأنها وسيلة من اجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكة الكمبيوتر أو عبر أي وسيلة حديثة .
- ٢ - ومن وجهة نظر الأعمال التجارية فهي : عملية تطبيق التقنية من اجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية سريعة .
- ٣ - في حين أن الخدمات تعرف الجارة الالكترونية : بأنها أداة من اجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والعمل على خفض تكلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على سرعة إيصال الخدمة .
- ٤ - وأخيراً فإن عالم الانترنت يعرف التجارة الالكترونية : بأنها التجارة التي تفتح المجال من اجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت مجال التجارة الالكتروني أو الهيكل .

تطبيقات التجارة الالكترونية

الكثير من الناس يظن أن مجال التجارة الالكترونية هو الحصول على موضع على الانترنت ولكنها اكبر من ذلك بكثير . هناك كثير من تطبيقات التجارة الالكترونية مثل البنوك الانترنتية والتسوق الإلكتروني على الانترنت وشراء الأسهم والبحث عن عمل والقيام بالمزادات والتعاون مع بقية الأفراد في عمل بحثي .



محاور التجارة الالكترونية

إن تطبيقات التجارة الالكترونية مدعومة ببنية تحتية يستلزم الاعتماد على أربعة محاور مهمة :

١- الناس .

٢- المعايير والبروتوكولات .

٣- السياسة العامة .

٣- شركات أخرى .

أقسام تطبيقات التجارة الالكترونية

التجارة الالكترونية تنقسم إلى ثلاثة أقسام :

١- شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الالكتروني .

٢- تسهيل وتيسير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة لشركة واحدة .

٣- توفير خدمة الزبائن .